

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญภาพ.....	XII

บทที่

1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	8
สมมติฐานการวิจัย.....	9
ขอบเขตของการวิจัย.....	9
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	10
นิยามศัพท์.....	11
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์และประชากร	
รุ่นเจเนอเรชันวาย (Generation Y) กับการเปิดรับข่าวสาร.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร.....	21
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	28
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	37
แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	41
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps).....	45
แนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน.....	52

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ข้อมูลเกี่ยวกับ Netflix.....	57
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	58
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	64
ประชากร.....	64
กลุ่มตัวอย่าง.....	64
ขนาดตัวอย่าง.....	64
การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	65
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	66
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	66
วิธีการสร้างเครื่องมือ.....	67
วิธีการรวบรวมข้อมูล.....	68
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	68
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม และความคิดเห็นเบื้องต้น.....	69
ส่วนที่ 2 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix.....	72
ส่วนที่ 3 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับทัศนคติที่มีต่อ การรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix.....	76
ส่วนที่ 4 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจ รับชมสื่อบันเทิงใน Netflix.....	82
การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย.....	84
ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ Netflix.....	119
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	121
สรุปผลการวิจัย.....	122
ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	125

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
อภิปรายผล.....	129
ข้อเสนอแนะ.....	132
บรรณานุกรม.....	134
ภาคผนวก.....	139
ภาคผนวก ก แบบสอบถามปริมาณ.....	140
ประวัติผู้วิจัย.....	149

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	69
4.2	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	70
4.3	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	70
4.4	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	71
4.5	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	71
4.6	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	72
4.7	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ความถี่ในการเปิดรับชม Netflix.....	73
4.8	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ช่วงเวลาในการเปิดรับชม Netflix.....	73
4.9	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระยะเวลาในการเปิดรับชม Netflix.....	74
4.10	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อุปกรณ์ในการเปิดรับชม Netflix.....	74
4.11	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม วันในการรับชม Netflix.....	75
4.12	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เนื้อหาที่รับชมของ Netflix.....	75
4.13	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตาม ทัศนคติที่มีต่อการรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ในภาพรวม.....	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ด้านผลิตภัณฑ์..... 77
4.15	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ด้านราคา..... 78
4.16	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย..... 78
4.17	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ด้านส่งเสริมการตลาด..... 79
4.18	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ด้านบุคลากร..... 80
4.19	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ด้านกระบวนการให้บริการ..... 81
4.20	ค่าเฉลี่ย () ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ด้านลักษณะทางกายภาพ..... 81
4.21	ค่าเฉลี่ย () ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามการตัดสินใจรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix..... 82
4.22	การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ของเจนเอเรชั่น Y จำแนกตามเพศ..... 84
4.23	การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ของเจนเอเรชั่น Y จำแนกตามอายุ..... 87
4.24	การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ของเจนเอเรชั่น Y จำแนกตามสถานภาพ..... 90
4.25	การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ของเจนเอเรชั่น Y จำแนกตามระดับการศึกษา..... 93
4.26	การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ของเจนเอเรชั่น Y จำแนกตามระดับอาชีพ..... 100

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.27	การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ของเจนเนอเรชั่น Y จำแนกตามรายได้..... 106
4.28	แสดงผลวิเคราะห์ Multiple Linear Regression ของการทดสอบสมมติฐาน พฤติกรรมการเปิดรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ของเจนเนอเรชั่น Y..... 113
4.29	แสดงผลวิเคราะห์ Multiple Linear Regression ของการทดสอบสมมติฐาน ด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อบันเทิงใน Netflix ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ของเจนเนอเรชั่น Y..... 115
4.30	แสดงผลวิเคราะห์ Multiple Linear Regression ของการทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix และ ทัศนคติที่มีต่อสื่อบันเทิงใน Netflix มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจรับชมสื่อบันเทิงใน Netflix ของเจนเนอเรชั่น Y..... 118
4.31	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน..... ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามระดับการศึกษา... 119
4.32	แสดงข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ Netflix..... 120
5.1	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1..... 126
5.2	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2..... 127
5.3	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3..... 128
5.4	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4..... 129

สารบัญภาพ

ภาพประกอบที่		หน้า
1.1	สถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ปี 2561.....	1
1.2	เจาะลึกกิจกรรมยอดฮิตของคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตในวันทำงานและวันหยุด...	2
1.3	การเปลี่ยนผ่านสู่ชีวิตดิจิทัล.....	3
1.4	ภาพรวมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย 2560.....	3
1.5	ข้อมูลการใช้อินเทอร์เน็ตบนทีวีชของประเทศไทย 2561.....	4
1.6	สัญลักษณ์ทางการค้าของ Netflix	4
1.7	ตัวอย่างโฆษณาของ Netflix	7
1.8	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	10
2.1	องค์ประกอบของทัศนคติ.....	30
2.2	โมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	43
2.3	ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานส่วนหน้าและส่วนหลังกับการให้บริการลูกค้า..	50
2.4	เครื่องหมายการค้าของ Netflix	58